



## dCIDOB 101. Japó, el sol renaixent.

El soft power japonès: la seducció d'Occident. El desembarcament de Japó a la modernitat.

Jordi Mas López

# El *soft power* japonès: la seducció d'Occident

## El desembarcament de Japó a la modernitat\*

**Jordi Mas López** Professor de la Facultat de Traducció i d'Interpretació de la UAB; membre del grup de recerca Inter-Àsia

La imatge de l'entrada dels “vaixells negres” de la flota nord-americana de l'almirall Perry al port de Yokohama, l'any 1854, per obligar el Govern japonès a signar tractats comercials amb les potències estrangeres és ben indicativa de la manera com aquest país tornà a situar-se en el mapa mundial. El Japó no era pas un Estat pobre ni endarrerit. Tot i que el seu sistema polític i la seva economia començaven a donar mostres d'esgotament, durant els dos segles llargs que havia romàs tancat a l'exterior s'havien viscut etapes de gran riquesa econòmica i cultural, com quan, a final del segle XVII, el poeta Bashō, el dramaturg Chikamatsu i el narrador Saikaku van produir les seves obres més importants, adreçades a una classe comerciant i urbana cada vegada més nombrosa.

Tanmateix, en trencar relacions amb els països europeus durant la primera meitat del segle XVII, i reduir-les als intercanvis amb els comerciants holandesos al port de Nagasaki, el Japó va perdre l'oportunitat de tenir un contacte de primera mà amb la revolució industrial i els avenços tecnològics i militars que comportà. A la segona meitat del segle XIX no estava en condicions de competir en aquests dos camps amb les potències estrangeres.

Això no comportava solament el perill que el país fos envaït per productes estrangers i que, ensorrat el seu teixit social i econòmic en aquesta lluita desigual, fos incapaç de desenvolupar una indústria pròpia que l'acostés als estàndards occidentals: comportava, de fet, la pèrdua de la independència, bé per la via econòmica, bé per la política. El context colonial preveia, en principi, només dues categories per als estats que en formaven part: la de potència colonial –occidental– i la de territori colonitzat –no occidental. I, per tant, el Japó havia de decidir en quina s'havia d'encaixar.

En conseqüència, el país del sol naixent començà, ben aviat, a establir les bases que li havien de permetre competir amb els imperis colonials en peu d'igualtat. Envià delegacions a Occident per conèixer el funcionament de les seves institucions, i es van formar professionals en els diversos camps científics per transferir la tecnologia occidental a la indústria nacional. El Japó havia entès perfectament que, des del moment en què estava obligat a jugar, ho havia de fer amb les regles del joc que li eren imposades, i en poques dècades es convertí en un rival temible. Un cop annexionades les illes d'Okinawa per la via diplomàtica (1879), demostrà en les guerres sino-japonesa (1895) i russo-japonesa (1905) que ja estava en condicions de crear el seu propi imperi colonial al continent asiàtic.

Aquesta via del *hard power* culminà amb la derrota del país a mans de les tropes nord-americanes a la Segona Guerra Mundial. La nova Constitució, a més, reduïa l'exèrcit del país a una força d'autodefensa que no podia ser enviada en missions a l'estranger. A partir de llavors, el Japó s'hagué de concentrar per trobar un encaix favorable en el context mundial, en l'enfortiment de la seva economia i en l'explotació del *soft power*<sup>1</sup>, en la seva capacitat de presentar-se de manera atractiva als altres països. Tots dos elements, de fet, van estar presents en la seva evolució ja des dels primers contactes amb Occident a la segona meitat del segle XIX, però a les dècades dels cinquanta i seixanta del segle XX aquests elements permeteren al Japó convertir-se en una mena de *país no alineat* ben atípic: mentre països com l'Índia van buscar el seu lloc en l'equidistància entre el bloc capitalista i el comunista, el Japó acceptà, i quan va caldre va reformular, les regles del capitalisme per emergir com una potència econòmica inusual, no occidental, i servir de precedent i model als dragons asiàtics que han irromput a l'economia mundial posteriorment.

## La mirada exotitzadora sobre el Japó

El Japó esmerçà el temps que havia restat tancat a les influències exteriors repensant la seva identitat per mitjà de la disciplina dels *kokugaku*, els estudis nacionals. El seu objectiu era, en part, destriar els elements distintius de la seva cultura de les influències foranes, majoritàriament xineses, que havien servit, des dels primers moments històrics, per bastir l'Estat japonès. Aquests elements distintius es van trobar, per exemple, en la primera antologia imperial de poesia, el *Manyōshū*, i en la visió del món que transmetien la mitologia i la religió xintoïstes. Els *kokugaku* foren, doncs, un exercici de construcció, de definició, de la identitat pròpia.

L'entrada dels “vaixells negres” al port de Yokohama forçà la societat japonesa a observar aquesta mateixa identitat des d'un punt de vista aliè, imposat: l'occidental. La identitat japonesa —emprem aquest terme amb totes les reserves necessàries— estava amenaçada, i, per tal de protegir-la, el país havia d'aprendre a presentar-se davant de les potències colonials d'una manera intel·ligible i, evidentment, positiva. Calia evitar la imatge de país pobre i endarrerit, i projectar-ne, en canvi, una altra de país que, tot i no ser occidental, comptava amb una cultura rica i sofisticada i amb una essència nacional que mereixia ser preservada.

En el camp del pensament, el resultat de la incorporació de la mirada exotitzadora d'Occident ha estat un cos molt nombros i encara creixent de textos coneguts com a *nihonjinron* (*discursos sobre els japonesos*), centrats en l'anàlisi i la discussió dels trets distintius de la cultura i la societat japonesa. Ara, la identitat es busca per contrast, sobretot amb Occident, i les teories es basteixen a partir d'aquells elements que no existeixen a les societats nord-americana o europees, o que s'escapen, o semblen escapar-se, de la comprensió d'aquests països i les seves disciplines intel·lectuals. És discutible fins a quin punt

els *nihonjinron* han aconseguit aportar interpretacions realment científiques o plausibles sobre la identitat japonesa, però és indubtable que la seva influència ha arribat a tots els estrats de la societat. Els japonesos, tant col·lectivament com individualment, tendeixen a veure's com a persones intrínsecament diferents dels membres de qualsevol altra nació del món, tot i que sovint els sigui difícil explicar en què consisteix, essencialment, aquesta diferència, o que només ho puguin fer a través de llargues llistes de trets més aviat anecdòtics.

Al capdavant, però, aquesta actitud és defensiva, imposada per una necessitat estratègica. En una situació tan compromesa com la que creaven els tractats comercials imposats per les potències estrangeres, el Japó havia de recórrer a la carta del *soft power* per afermar la seva identitat i, també, per crear riquesa econòmica exportant aquells productes que el distingien d'altres països.

## El japonisme i altres exportacions

I, cal dir-ho, el seu èxit en aquest àmbit ha estat formidable ja des del primer moment. Gràcies a la sofisticació i el refinament de la seva cultura material, el Japó va resultar ser una troballa immillorable per al mercat occidental, freturós de novetats. A partir de l'Exposició Universal de París de 1867, i durant un període de quatre dècades —sobretot fins al 1888, any de l'Exposició Universal de Barcelona—, a Europa i als Estats Units es produí la moda del japonisme, una veritable fascinació per tot allò japonès. Ceràmica, quimonos, mobles auxiliars, objectes de fusta o metall, etc. van passar a integrar-se, amb més o menys fortuna o propietat —per exemple, els quimonos es feien servir com a bates per estar per casa— a les llars benestants, i alguns col·leccionistes d'art es van especialitzar en els gravats *ukiyo-e*. Aviat, pintors de primera fila com Manet, Degas o Van Gogh van començar a acusar la influència de l'art japonès i van traslladar els seus recursos tècnics a la seva obra. Així mateix, les arts decoratives europees van gaudir d'un nou impuls creatiu —pensem en la riquesa del modernisme— gràcies a l'estímul que els proporcionaven les japoneses<sup>2</sup>.

De vegades, els artesans japonesos van aprofitar el desconeixement occidental per produir mercaderies adaptades al gust del mercat internacional. Aquesta mena d'estafa lleu —que també es pot llegir de manera positiva, ja que era una manera de fer-les accessibles— és la que entre el 1899 i el 1902 va dur a terme la companyia teatral de Kawakami Otojiro, la principal estrella de la qual era la seva esposa Sadayakko. La companyia realitzà dues gires per Amèrica del Nord i Europa, i gràcies al seu èxit a l'Exposició Universal de París de 1902 aconseguiren crear expectació arreu on anaren. Tanmateix, l'espectacle que oferien hauria estat impossible de representar al Japó: Sadayakko, com a dona que era, no podia actuar en el teatre *kabuki*, i les obres que representaven eren un refregit creat a partir d'altres obres per concentrar-hi vestits, danses i cops d'efecte que poguessin seduir una audiència que no entenia la llengua que empraven i que desconeixia totalment la tradició del teatre japonès<sup>3</sup>.

**El Japó s'hagué de concentrar per trobar un encaix favorable en el context mundial, en l'enfortiment de la seva economia i en l'explotació del *soft power*, en la seva capacitat de presentar-se de manera atractiva als altres països**



**Durant la segona meitat del segle XX i els primers anys del XXI, ha continuat exportant periòdicament elements del seu patrimoni cultural tan variats com ara arts marcial, teràpies (reiki), tècniques de meditació (zazen) o la cuina (sushi)**

En aquest moment, l'admiració d'Occident envers aquest país encara estava tenyida de condescendència, per la seguretat que proporcionava el poder econòmic i militar. Tanmateix, en esclatar la Primera Guerra Mundial, quan el Japó ja havia demostrat la seva força en derrotar Rússia, i quan Okakura Kakuzō havia reivindicat la seva cultura en una obra tan popular com *El llibre del te*, de 1906, la seva actitud va haver de canviar. Els valors occidentals havien entrat en crisi, i Àsia es convertí, per a molts, en una reserva de valors espirituals i estètics que podien reparar aquest trencament intern.

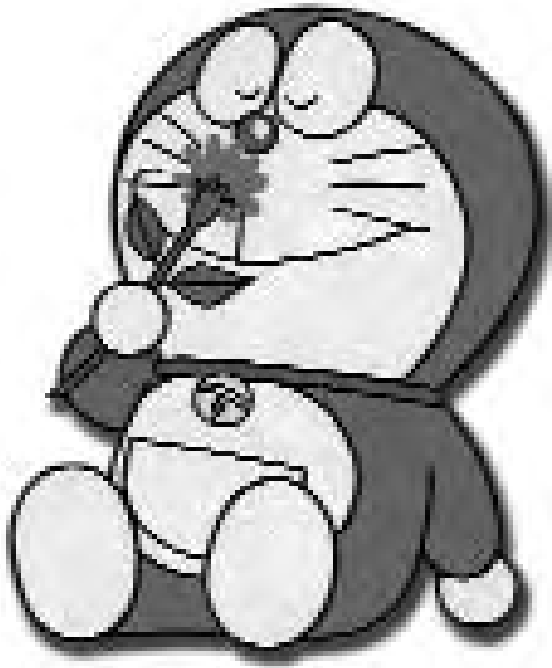
En aquest sentit, és paradigmàtica la manera com la forma poètica del *haiku* penetrà en la literatura francesa i, posteriorment, en les de la seva òrbita cultural. El 1916, Julien Vocance publicà *Cent visions de guerre*, una sèrie de *haikus* en què plas-mava la seva experiència al front franco-alemany. L'interès testimonial de l'obra, juntament amb la seva parquedat lingüística i falta de sentimentalisme, cridaren vivament l'atenció d'un bon nombre d'autors envers la forma del *haiku*, que tingué un conreu ben considerable fins, aproximadament, l'any 1925. Aquest conreu no fou pas anecdòtic: els autors veien en el *haiku* un instrument per acabar amb les romanalles de la literatura de la fi de segle, i esperaven que s'arribés a convertir en una forma tan clàssica com la del sonet. A la nostra literatura, Josep Maria Junoy i Joan Salvat-Papasseit són un exemple ben clar de la centralitat que aquests autors van atorgar a la forma del *haiku* en la seva obra<sup>4</sup>.

Durant les dècades següents, fins a la seva derrota durant la Segona Guerra Mundial, el Japó mostrà la seva cara menys amable, fent ús del poder militar, el *hard power*, per expandir el seu imperi asiàtic. Tanmateix, durant la segona meitat del segle XX i els primers anys del XXI, ha continuat exportant periòdicament elements del seu patrimoni cultural tan variats com ara arts marcial –judo, karate, aikido–, teràpies –el reiki–, tècniques de meditació –el *zazen*–, la cuina –el sushi

és conegut i apreciat a pràcticament tot el món–, etc. No obstant això, si el país ha aconseguit recuperar el poder de seducció que havia tingut abans del conflicte, no ha estat pas gràcies a aquesta mena d'exportacions.



Sadayakko amb un dels vestits que duia a les representacions de l'Exposició Universal de París de 1900, a la revista *Le Théâtre*.



## El valor afegit al Japó

A partir dels anys cinquanta del segle passat, molt poc després de la fi de la Segona Guerra Mundial, el Japó emergí com a nova potència econòmica en el context mundial, i la seva progressió fou tan extraordinària que cap a la dècada dels vuitanta la seva competència, en sectors com el de l'automòbil, arribà a inquietar els mateixos Estats Units. Els productes tecnològics japonesos de tota mena s'associaven a la qualitat i al baix preu, i a poc a poc anaren guanyant terreny a costa de la quota de mercat d'altres països. És a dir, el Japó competia amb èxit en un terreny que no tenia res a veure amb el de la seva cultura secular.

Aquest succés s'explica per l'aplicació amb què, ja des de feia dècades, s'havia anat assimilant la tecnologia dels països més avançats. Ara bé, els japonesos no es limitaven a copiar els seus competidors –tot i que, al principi, es veiessin forçats sovint a emprar aquest procediment–, sinó que introduïen alguna millora en els productes o en els models de producció a fi d'augmentar la qualitat final o reduir el preu. Això permeté, per exemple, que sense tenir la capacitat de fer recerca tecnològica de base es poguessin crear patents a partir de les petites millores introduïdes en les tecnologies estrangeres, o que el procés de fabricació s'optimitzés a partir de conceptes com el *just-in-time* o els contractes de treball per a tota la vida, que augmentaven el compromís dels treballadors amb l'empresa, i, en conseqüència, el seu rendiment.

Creiem que aquest model es pot transposar a camps com la literatura, el cinema, els còmics o els productes d'animació japonesos –coneguts com a *manga* i *anime*, respectivament–, o els videojocs. En tots aquests, el Japó hagué d'assimilar tècniques i models textuais estrangers abans de poder iniciar una producció pròpia, però gràcies al fet que aquesta producció anava dirigida fonamentalment a un mercat interior molt sòlid, la tradició cultural i el punt de vista japonès s'hi van anar fent palesos. Així,

quan posteriorment es van començar a exportar a altres mercats, el seu públic rebia productes que empraven un llenguatge comprensible, però que alhora resultaven innovadors, diferents dels coneguts fins aleshores.

Per exemple, en el terreny literari, al segle XIX la traducció d'obres estrangeres al japonès comportarà la creació d'un nou model de llengua estàndard, allunyat del japonès clàssic, i l'adopció dels motlles textuais occidentals, que tots els grans escriptors japonesos del segle XX han emprat a l'hora d'escriure. L'obra d'autors com Mishima Yukio, Ōe Kenzaburō o Murakami Haruki no es podria explicar sense aquesta base occidental, i fins i tot Kawabata Yasunari i Tanizaki Junichirō, que en els anys de maduresa reivindicaren la tradició japonesa, van experimentar de joves amb les formes d'avantguarda importades, i es van deixar seduir pels atractius de la vida moderna.

**Els japonesos no es limitaven a copiar els seus competidors –tot i que, al principi, es veiessin forçats sovint a fer-ho–, sinó que introduïen alguna millora en els productes o en els models de producció a fi d'augmentar la qualitat final o reduir el preu**

El mateix passa en l'àmbit de les arts basades en l'ús de la imatge, com són el cinema, el *manga* i l'*anime* i, fins i tot, els videojocs. En tots tres casos, el mateix mitjà marca les pautes d'expressió, però les obres o productes concrets no poden deixar d'acusar, en més o menys mesura, la influència de la tradició visual japonesa —els rotlles pintats o *emaki*, els gravats *ukiyo-e*, els relats il·lustrats o *ehon*—, d'una banda, i de l'imaginari clàssic i popular, de l'altra. Un exemple del primer tipus d'influència el trobem en la filmografia de directors com Mizoguchi Kenji o Ozu Yasuhiro, que creen un estil cinematogràfic nou, força diferent de l'occidental, en retratar el Japó clàssic o el tradicional; un exemple del segon és el cinema de terror japonès dels últims anys, que ha renovat el gènere creant atmosferes esgarrioses a partir d'elements tan quotidians com una cinta de vídeo o una trucada de telèfon.

Quant al *manga*, l'*anime* i els videojocs, només cal observar d'on provenen els productes d'aquests tipus que obtenen més popularitat entre els nens i joves catalans per constatar l'èxit de la indústria japonesa. I és per aquesta via, segurament, que el Japó s'està assegurant per a les pròximes dècades que una part considerable de la nostra població en tingui un concepte molt positiu. No sembla pas casualitat que un bon nombre dels alumnes que cada curs comencen a estudiar la llengua japonesa a Barcelona ho facin empesos pel desig d'entrar en contacte directe amb el país d'on provenen els *manga*, *anime* o videojocs que omplen les seves hores d'oci. ●

### Notes

- 1 El concepte de *soft power* ha estat creat per Joseph Nye per referir-se a la capacitat d'influir en els altres i aconseguir que facin allò que es vol sense necessitar de recórrer al *hard power*, que consisteix a utilitzar el poder econòmic i militar per imposar la pròpia voluntat.
- 2 Sobre la influència de l'art japonès en la pintura occidental d'aquesta època, vegeu el llibre de Klaus Berger citat a la bibliografia.
- 3 La història de Sadayakko i els detalls de les seves gires han estat molt ben documentats a DOWNER, Lesley. *Madame Sadayakko*. Barcelona: Lumen, 2003.
- 4 Amb relació a aquesta qüestió, vegeu: MAS LÓPEZ, Jordi. *Josep Maria Junoy i Joan Salvat-Papasseit: dues aproximacions al haiku*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2004. El primer capítol presenta una panoràmica de la introducció del haiku a la literatura francesa.

### Referències bibliogràfiques

- BERGER, Klaus. *Japonisme in Western Painting from Whistler to Matisse*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.
- DALE, Peter N. *The Myth of Japanese Uniqueness*. Londres: Routledge, 1990.
- GARCÍA SEGURA, Caterina. "Seguridad humana y política exterior japonesa: contexto, concepto y aplicación." *Revista CIDOB d'Afers Internacionals* 76: 79-95 (desembre 2006-gener 2007).
- GUARNÉ, Blai (coord). Dossier "Identitat i representació cultural: perspectives des del Japó." *Revista d'etnologia de Catalunya* 29 (2006).
- KEENE, Donald. *Dawn to the West: Japanese Literature of the Modern Era. Fiction. A History of Japanese Literature, vol. 3*. Nova York: Columbia University Press, 1998.
- NYE, Joseph S. "Soft Power Matters in Asia". *The Japan Times* [5 de desembre de 2005] [en línia]. <http://search.japantimes.co.jp/print/ea20051205a1.html>

\* Aquest article és resultat del projecte d'investigació MEC I+D (HUM2005-08151) "Interculturalitat d'Àsia Oriental a l'era de la globalització"

